

Autozulieferer entdecken Mexiko

Deutsche Unternehmen wollen
in Mittelsamerika verstärkt investieren

Autozulieferer aus Deutschland haben ihre Investitionen in Mexiko deutlich hochgefahren. Seit 2010 habe sich die Zahl der Standorte in dem mittelamerikanischen Land um 40 auf etwa 150 erhöht, berichtete der Verband der Automobilindustrie (VDA).

Ein wichtiger Grund unter anderem: der freie Handel zwischen Mexiko und den USA im Nordamerikanischen Freihandelsabkommen (Nafta) sowie ähnliche Vereinbarungen mit anderen Staaten. Jüngstes Beispiel für große Pläne ist Bosch. Der Konzern will ein 70 Millionen Euro teures Werk für Lenksysteme bauen. Die Mitarbeiterzahl von Bosch in Mexiko soll bis 2019 um 3.000 auf 16.000 erhöht werden. Auch Zulieferer wie Mahle, Boysen oder Continental setzen verstärkt auf das Land.

Die Bedeutung Mexikos für Autohersteller und -zulieferer steige rasant, sagte VDA-Chef Matthias Wissmann: „Mexiko ist ein Markt mit großem Potenzial und eine interessante Investment-Plattform.“ Baden-Württembergs Industrie- und Handelskammerpräsident Peter Kulitz sieht in dem Land sehr gute Voraussetzungen für deutsche Firmen unter anderem wegen niedriger Löhne und gut ausgebildeter Fachkräfte.

Bosch-Mexiko-Chef René Schlegel begründete die Investitionen zum einen mit dem wachsenden Markt. Außerdem sei das Land als Nafta-Mitglied ein idealer Standort für Lieferungen

in die USA und nach Kanada. Mexiko habe „das geografische Glück“, Nachbar der USA und des dortigen riesigen Verbrauchsmarktes zu sein, so Schlegel.

Laut VDA hat das 120-Millionen-Einwohner-Land Freihandelsabkommen mit insgesamt 46 Staaten. „Das ist ein wesentlicher Grund, warum unsere Unternehmen dort produzieren“, erklärte Wissmann.

Der Autotechnik- und Reifenhersteller Continental hat in den vergangenen zehn Jahren knapp 800 Millionen Euro in Mexiko investiert – Tendenz steigend. 2015 waren es allein 130 Millionen Euro. Auf so einen Jahresschnitt kam seit 2012 in etwa auch Bosch.

Bosch stellt in Mexiko beispielsweise Bauteile für Schaltgetriebe, Antiblockiersysteme (ABS) und Start-Stopp-Systeme für Autos her. Der Großteil der Waren ist für Nordamerika bestimmt, nur sehr wenig geht in die EU. Zuletzt kam Bosch in Mexiko auf einen Jahresumsatz von 861 Millionen Euro (2015), was nur einen Anteil von 1,2 Prozent vom Konzernumsatz ausmacht. Dieser Wert werde künftig aber steigen, sagte Schlegel. „Mexiko wird immer wichtiger, auch für Bosch.“

Laut dem Manager ist das Ausbildungsniveau der Fachkräfte in dem Land hoch. Es mangle aber an älteren erfahrenen Mitarbeitern, da Mexikos Industrie relativ jung sei. „Da ist der Markt dünn“, sagte Schlegel.